

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis *dinescape* dan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) di Maja House. Adapun yang menjadi variabel bebas (*independent*) adalah strategi *dinescape* yang terdiri dari *facility aesthetic, lighting, ambience, layout, service product, social factor*. Variabel terikat (*dependent*) adalah kepuasan konsumen. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 59) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini dilakukan di Maja House yang didalamnya terdapat *Sugar & Cream Restaurant* dengan unit analisisnya yaitu wisatawan yang melakukan *dine-in* di Maja House *Restaurant*. Penulis memilih Maja House sebagai tempat penelitian karena penulis melakukan kegiatan Program Latihan Profesi (PLP) di Maja House dan penulis menemukan fenomena utama melalui *guest comment*.

Waktu pelaksanaan pada penelitian ini menggunakan *cross sectional* yang merupakan penelitian mengenai sejumlah satuan analisis yang dilihat berdasarkan cirri-ciri tertentu, misalnya tingkat pendidikan, pendapatan, tingkat pertumbuhan, motivasi kerja, kepuasan dan sebagainya di mana pengumpulan datanya dilaksanakan dalam satu waktu (Sanusi, 2012, hlm. 29).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian berupa deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 56) rumusan masalah deskriptif adalah rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu

sendiri dengan variabel yang lain, sedangkan penelitian verifikatif yaitu penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei, yaitu suatu desain penelitian yang mengumpulkan data dari sejumlah sampel responden yang dipilih dari sebuah populasi (Sumarwan dkk. 2011, hlm.32).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menganalisis perbandingan antara kenyataan dengan harapan terhadap *dinescape* yang terdiri dari enam sub variabel: *facility aesthetic*, *lighting*, *ambience*, *layout*, *service product*, dan *social factor* dan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) dengan membuat bagan *importance performance analysis*. Berikut operasionalisasi variabel lebih rinci pada Tabel 3.1.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<i>Dinescape</i>	Lingkungan buatan manusia dan lingkungan sekitar manusia, bukan lingkungan alami di dalam area ruang makan dari restoran kelas atas (Ryu, 2005, hal. 5)				
<i>Facility Aesthetic</i>	Fasilitas estetika mengacu pada fungsi dari desain arsitektur, bersama dengan desain interior dan dekorasi, yang semuanya berkontribusi terhadap daya tarik lingkungan fisik (Ryu, 2005, hlm 121)	Desain Arsitektur	Tingkat kemenarikan desain arsitektur restoran	Ordinal	III A.1
		Desain furnitur	Tingkat kemenarikan desain furnitur restoran	Ordinal	III A.2
		Cat interior	Tingkat kemenarikan cat interior restoran	Ordinal	III.A.3
		Dekorasi	Tingkat kemenarikan dekorasi restoran	Ordinal	III.A.4
<i>Lighting</i>	Tingkat pencahayaan mempengaruhi respon emosional individu (Ryu, 2005, hal. 122)	Kenyamanan tata cahaya	Tingkat kenyamanan tata cahaya restoran	Ordinal	III.B.1
		Tema pencahayaan restoran	Tingkat kesesuaian pencahayaan dengan tema restoran	Ordinal	III.B.2
<i>Ambience</i>	<i>Ambience</i> adalah karakteristik latar belakang berwujud yang	Musik	Tingkat kesesuaian penyajian musik dengan tema restoran	Ordinal	III.C.1

	cenderung mempengaruhi indera <i>nonvisual</i> dan mungkin memiliki efek bawah sadar (Ryu, 2005, hal. 123)	Suhu	Tingkat kenyamanan suhu area restoran	Ordinal	III.C.2
		Aroma	Tingkat kemenarikan aroma restoran	Ordinal	III.C.3
<i>Layout</i>	<i>Layout</i> berkaitan dengan cara dimana suatu objek disusun diantara lingkungan. (Ryu, 2005, hal. 124)	Penyusunan tempat duduk dan meja	Tingkat kesesuaian penyusunan tempat duduk dan meja	Ordinal	III.D.1
		Penempatan perlengkapan restoran	Tingkat kesesuaian penempatan perlengkapan restoran	Ordinal	III.D.2
		Pengaturan <i>layout</i> agar leluasa bergerak dalam area restoran	Tingkat kesesuaian pengaturan <i>layout</i> agar leluasa bergerak dalam area restoran	Ordinal	III.D.3
<i>Service Product</i>	<i>Service Product</i> berkaitan dengan perlengkapan pelayanan, penyajian serta variasi makanan dan minuman yang dapat mempengaruhi citra dan kualitas suatu restoran (Ryu, 2005, hal. 124)	Kualitas rasa dan tampilan makanan	Tingkat kualitas rasa dan tampilan makanan	Ordinal	III.E.1
		Kualitas rasa dan tampilan minuman	Tingkat kualitas rasa dan tampilan minuman	Ordinal	III.E.2
		Variasi Menu	Tingkat kemenarikan menu yang ditawarkan	Ordinal	III.E.3
		Kualitas peralatan makan	Tingkat kualitas peralatan makan	Ordinal	III.E.4
		Tampilan buku menu	Tingkat kemenarikan tampilan buku menu	Ordinal	III.E.5
<i>Social Factor</i>	<i>Social Factor</i> berkaitan dengan hubungan karyawan dengan pelanggan dalam tata layanan (Ryu, 2005, hal. 125)	Kerapian dan kebersihan seragam karyawan	Tingkat kerapian dan kebersihan seragam karyawan	Ordinal	III.F.1
		Keramahan karyawan	Tingkat keramahan karyawan dalam berinteraksi dengan tamu	Ordinal	III.F.2
		Pelayanan karyawan	Tingkat pelayanan yang diberikan karyawan	Ordinal	III.F.3
		Kesigapan karyawan	Tingkat kesigapan pelayanan karyawan	Ordinal	III.F.4
Kepuasan Konsumen	Kepuasan merupakan hasil dari strategi jangka panjang yang membutuhkan dana serta sumber daya manusia. Agar tetap dapat bertahan hidup, perusahaan harus mampu menciptakan		Tingkat persepsi kemenarikan desain arsitektur restoran	Ordinal	III A.1
			Tingkat persepsi kemenarikan desain furnitur restoran	Ordinal	III A.2
			Tingkat persepsi kemenarikan cat	Ordinal	III.A.3

<p>pertukaran yang berkesinambungan yang dibangun melalui <i>perceived value</i> \geq <i>expected value</i> (Hasan, 2013, hal. 108)</p>	<p>Persepsi (<i>Perceived</i>)</p>	interior restoran		
		Tingkat persepsi kemenarikan dekorasi restoran	Ordinal	III.A.4
		Tingkat persepsi kenyamanan tata cahaya restoran	Ordinal	III.B.1
		Tingkat persepsi kesesuaian pencahayaan dengan tema restoran	Ordinal	III.B.2
		Tingkat persepsi kesesuaian penyajian musik dengan tema restoran	Ordinal	III.C.1
		Tingkat persepsi kenyamanan suhu area restoran	Ordinal	III.C.2
		Tingkat persepsi kemenarikan aroma restoran	Ordinal	III.C.3
		Tingkat persepsi kesesuaian penyusunan tempat duduk dan meja	Ordinal	III.D.1
		Tingkat persepsi kesesuaian penempatan perlengkapan restoran	Ordinal	III.D.2
		Tingkat persepsi kesesuaian pengaturan <i>layout</i> agar leluasa bergerak dalam area restoran	Ordinal	III.D.3
		Tingkat persepsi kualitas rasa dan tampilan makanan	Ordinal	III.E.1
		Tingkat persepsi kualitas rasa dan tampilan minuman	Ordinal	III.E.2
		Tingkat persepsi kemenarikan menu yang ditawarkan	Ordinal	III.E.3
		Tingkat persepsi kualitas peralatan makan	Ordinal	III.E.4
		Tingkat persepsi kemenarikan tampilan buku menu	Ordinal	III.E.5

			Tingkat persepsi kerapian dan kebersihan seragam karyawan	Ordinal	III.F.1
			Tingkat persepsi keramahan karyawan dalam berinteraksi dengan tamu	Ordinal	III.F.2
			Tingkat persepsi pelayanan yang diberikan karyawan	Ordinal	III.F.3
			Tingkat persepsi kesigapan pelayanan karyawan	Ordinal	III.F.4
		Harapan (Expected)	Tingkat harapan kemenarikan desain arsitektur restoran	Ordinal	III A.1
			Tingkat harapan kemenarikan desain furnitur restoran	Ordinal	III A.2
			Tingkat harapan kemenarikan cat interior restoran	Ordinal	III.A.3
			Tingkat harapan kemenarikan dekorasi restoran	Ordinal	III.A.4
			Tingkat harapan kenyamanan tata cahaya restoran	Ordinal	III.B.1
			Tingkat harapan kesesuaian pencahayaan dengan tema restoran	Ordinal	III.B.2
			Tingkat harapan kesesuaian penyajian musik dengan tema restoran	Ordinal	III.C.1
			Tingkat harapan kenyamanan suhu area restoran	Ordinal	III.C.2
			Tingkat harapan kemenarikan aroma restoran	Ordinal	III.C.3
			Tingkat harapan kesesuaian penyusunan tempat duduk dan meja	Ordinal	III.D.1
			Tingkat harapan kesesuaian penempatan	Ordinal	III.D.2

			perlengkapan restoran		
			Tingkat harapan kesesuaian pengaturan <i>layout</i> agar leluasa bergerak dalam area restoran	Ordinal	III.D.3
			Tingkat harapan kualitas rasa dan tampilan makanan	Ordinal	III.E.1
			Tingkat harapan kualitas rasa dan tampilan minuman	Ordinal	III.E.2
			Tingkat harapan kemenarikan menu yang ditawarkan	Ordinal	III.E.3
			Tingkat harapan kualitas peralatan makan	Ordinal	III.E.4
			Tingkat harapan kemenarikan tampilan buku menu	Ordinal	III.E.5
			Tingkat harapan kerapian dan kebersihan seragam karyawan	Ordinal	III.F.1
			Tingkat harapan keramahan karyawan dalam berinteraksi dengan tamu	Ordinal	III.F.2
			Tingkat harapan pelayanan yang diberikan karyawan	Ordinal	III.F.3
			Tingkat harapan kesigapan pelayanan karyawan	Ordinal	III.F.4

Sumber: Hasil pengolahan data, 2014

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data lebih cenderung pada pengertian data macam apa yang harus dikumpulkan oleh peneliti. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Sumber data tergolong menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Sanusi (2012, hlm. 103).

Rizki Arnas, 2014

Upaya meningkatkan kepuasan konsumen di maja house restaurant melalui dinescape
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berikut Tabel 3.2 yang menyajikan jenis dan sumber data yang digunakan penulis untuk penelitian.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Statistik perkembangan wisatawan nasional dan mancanegara	Sekunder	Pusdatin Kemenparekraf & BPS
2.	Statistik kunjungan wisman dan wisnus ke datang ke Jawa Barat	Sekunder	BPS Jawa Barat
3.	Tingkat Kunjungan wisatawan nasional dan mancanegara ke Kabupaten Bandung Barat	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Bandung Barat
4.	Data kunjungan Maja House	Sekunder	GRO,Sales&Marketing Department Maja House
5.	Data <i>Guest Comment</i> Maja House	Sekunder	GRO, <i>Sales & Marketing</i> Department Maja House
6.	Masalah dominan ketidakpuasan konsumen berdasarkan <i>guest comment</i> Maja House <i>Restaurant</i>	Primer	GRO, S&M Department Maja House
7.	Tanggapan mengenai <i>Dinescape</i> yang diharapkan dan diterima di Maja House <i>Restaurant</i>	Primer	Wisatawan yang melakukan <i>dine-in</i> Maja House
8.	Tanggapan Mengenai Kepuasan Konsumen Maja House <i>Restaurant</i>	Primer	Wisatawan yang melakukan <i>dine-in</i> Konsumen Maja House

Sumber: Hasil pengolahan data, 2014

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.2.4.1 Populasi

Definisi populasi menurut Sanusi (2012, hlm. 87) adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang datang berkunjung dan melakukan *dine-in* di Maja House pada tahun 2013 yaitu sebanyak 89.070 kunjungan.

3.2.4.2 Sampel

Elemen/populasi adalah subjek di mana pengukuran itu dilakukan. Sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih (Sanusi, 2012, hlm. 87). Sampel penelitian ini yaitu wisatawan yang datang berkunjung dan melakukan *dine-in* di Maja House.

Rizki Arnas, 2014

Upaya meningkatkan kepuasan konsumen di maja house restaurant melalui dinescape
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penelitian ini dalam menentukan ukuran sampel menurut ketentuan *slovin*. Menurut Sanusi (2012, hlm. 101) dalam menentukan ukuran sampel penelitian, slovin memasukkan unsur kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi ketidaktelitian (10%)

$$n = \frac{89.070}{1 + (89070)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{89.070}{891,7}$$

$$n = 99,8878547 \approx 100 \text{ Sampel}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka dalam penelitian ini ukuran sampel minimal 99 responden. Untuk kepentingan penelitian ini jumlah sampel ditambah 1 responden sehinggalah menjadi 100 responden.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 117) teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampel acak sederhana atau *simple random sampling* adalah proses memilih satuan *sampling* sedemikian rupa

sehingga setiap satuan *sampling* dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk terpilih ke dalam sampel (Sanusi, 2012:89).

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Penulis memakai teknik pengumpulan data dengan cara wawancara karena penulis melakukan Tanya jawab dengan responden yang berkunjung langsung atau *dine-in* di Maja House.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner menurut Sugiyono (2012, hlm. 199) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Kuesioner ini berupa seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan penulis kepada tamu yang berkunjung di Maja House. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai *dinescape* dan kepuasan pelanggan selama berkunjung ke Maja House.

3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 203) teknik pengumpulan data dengan observasi

digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Penulis melakukan kegiatan observasi langsung ke Maja House.

4. Studi Literatur (Kepustakaan)

Teknik ini dilakukan dengan cara mempelajari buku, majalah, jurnal yang berkaitan dengan variabel penelitian. Penulis mencari berbagai literatur dari para ahli mengenai *dinescape* sebagai variabel *independent* dan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) sebagai variabel *dependent*.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Telah dikemukakan bahwa instrumen adalah alat untuk mengumpulkan data. Agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam ilmu-ilmu sosial, diperlukan kecermatan dalam menentukan alat karena yang akan diukur bersifat abstrak, yaitu berupa konstruk atau konsep. Dalam ilmu-ilmu sosial, instrumen penelitian berupa pertanyaan atau pernyataan disusun berdasarkan pada konstruk atau konsep, variabel, dan indikatornya, pada instrumen tersebut dimintakan tanggapan kepada responden dengan memberikan nilai (skor) pada setiap butir pertanyaan atau pernyataan (Sanusi, 2012, hlm. 76-77).

Tipe validitas yang digunakan adalah validasi konstruk, adalah validitas yang mengacu pada konsistensi dari semua komponen kerangka konsep. Misalkan ingin mengukur status sosial ekonomi responden dengan menggunakan lima komponen status sosial ekonomi, yaitu penghasilan per bulan, pengeluaran per bulan, kepemilikan barang, porsi penghasilan yang digunakan rekreasi, kualitas rumah. Jika komponen itu valid, semua komponen itu akan berkorelasi satu dengan yang lain (Sanusi, 2012, hlm. 77).

Validitas instrumen ditentukan dengan mengorelasikan antara skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan. Jika skor tiap butir pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor total pada *alfa* tertentu maka dapat dikatakan bahwa alat pengukur itu valid. Sebaliknya, jika korelasinya tidak signifikan, alat pengukur itu tidak valid dan alat pengukur itu tidak perlu dipakai untuk mengukur atau mengambil data. validitas yang diperoleh dengan cara di atas dikenal dengan validitas konstruk. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah *Pearson Product Moment*. Jika nilai *r* hasil perhitungan lebih besar daripada nilai *r* dalam tabel pada *alfa* tertentu maka berarti signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan atau pernyataan itu valid (Sanusi, 2012, hal 77).

Perhitungan validitas pada item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 *for windows*, maka dapat diperoleh hasil uji validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut.

TABEL 3.3
HASIL UJI VALIDITAS *DINESCAPE* YANG DIHARAPKAN

No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
A. FACILITY AESTHETIC				
1.	Tingkat kemenarikan desain arsitektur restoran	0,884	0,361	Valid
2.	Tingkat kemenarikan desain furnitur restoran	0,772	0,361	Valid
3.	Tingkat kemenarikan cat interior restoran	0,839	0,361	Valid
4.	Tingkat kemenarikan dekorasi restoran	0,863	0,361	Valid
B. LIGHTING				
1	Tingkat kenyamanan tata cahaya restoran	0,891	0,361	Valid
2	Tingkat kesesuaian pencahayaan dengan tema restoran	0,887	0,364	Valid
C. AMBIENCE				
1	Tingkat kesesuaian penyajian musik dengan tema restoran	0,812	0,361	Valid
2	Tingkat kenyamanan suhu area restoran	0,825	0,361	Valid
3	Tingkat kemenarikan aroma disekitar area restoran	0,853	0,361	Valid
D. LAYOUT				
1	Tingkat kesesuaian penyusunan tempat duduk dan	0,816	0,361	Valid

	meja			
2	Tingkat kesesuaian penempatan perlengkapan restoran	0,853	0,361	Valid
3	Tingkat kesesuaian pengaturan <i>layout</i> agar leluasa bergerak dalam area restoran	0,908	0,361	Valid
E. SERVICE PRODUCT				
1	Tingkat kualitas rasa dan tampilan makanan	0,717	0,361	Valid
2	Tingkat kualitas rasa dan tampilan minuman	0,580	0,361	Valid
3	Tingkat kemenarikan menu yang ditawarkan	0,734	0,361	Valid
4	Tingkat persepsi kualitas peralatan makan	0,794	0,361	Valid
5	Tingkat kemenarikan tampilan buku menu	0,462	0,361	Valid
F. SOCIAL FACTOR				
1	Tingkat kerapian dan kebersihan seragam karyawan	0,677	0,361	Valid
2	Tingkat keramahan karyawan dalam berinteraksi dengan tamu	0,829	0,361	Valid
3	Tingkat pelayanan yang diberikan karyawan	0,868	0,361	Valid
4	Tingkat kesigapan pelayanan karyawan	0,804	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa setiap butir pertanyaan mengenai *dinescape* yang diharapkan dapat dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS DINESCAPE YANG DITERIMA

No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
A. FACILITY AESTHETIC				
1.	Tingkat kemenarikan desain arsitektur restoran	0,719	0,361	Valid
2.	Tingkat kemenarikan desain furnitur restoran	0,708	0,361	Valid
3.	Tingkat kemenarikan cat interior restoran	0,704	0,361	Valid
4.	Tingkat kemenarikan dekorasi restoran	0,769	0,361	Valid
B. LIGHTING				
1	Tingkat kenyamanan tata cahaya restoran	0,806	0,361	Valid
2	Tingkat kesesuaian pencahayaan dengan tema restoran	0,808	0,361	Valid
C. AMBIENCE				
1	Tingkat kesesuaian penyajian musik dengan tema restoran	0,788	0,361	Valid
2	Tingkat kenyamanan suhu area restoran	0,734	0,361	Valid
3	Tingkat kemenarikan aroma disekitar area restoran	0,633	0,361	Valid
D. LAYOUT				

Rizki Arnas, 2014

Upaya meningkatkan kepuasan konsumen di maja house restaurant melalui *dinescape*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1	Tingkat kesesuaian penyusunan tempat duduk dan meja	0,738	0,361	Valid
2	Tingkat kesesuaian penempatan perlengkapan restoran	0,779	0,361	Valid
3	Tingkat kesesuaian pengaturan <i>layout</i> agar leluasa bergerak dalam area restoran	0,805	0,361	Valid
E. SERVICE PRODUCT				
1	Tingkat kualitas rasa dan tampilan makanan	0,570	0,361	Valid
2	Tingkat kualitas rasa dan tampilan minuman	0,638	0,361	Valid
3	Tingkat kemenarikan menu yang ditawarkan	0,813	0,361	Valid
4	Tingkat persepsi kualitas peralatan makan	0,709	0,361	Valid
5	Tingkat kemenarikan tampilan buku menu	0,539	0,361	Valid
F. SOCIAL FACTOR				
1	Tingkat kerapian dan kebersihan seragam karyawan	0,585	0,361	Valid
2	Tingkat keramahan karyawan dalam berinteraksi dengan tamu	0,628	0,361	Valid
3	Tingkat pelayanan yang diberikan karyawan	0,797	0,361	Valid
4	Tingkat kesigapan pelayanan karyawan	0,760	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa setiap butir pertanyaan mengenai *dinescape* yang diterima dapat dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Sanusi (2012, hlm. 80) reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya. Perhitungan reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 20 *for windows*. Rumus yang dipergunakan adalah *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

TABEL 3.5

Rizki Arnas, 2014

Upaya meningkatkan kepuasan konsumen di *maja house restaurant* melalui *dinescape*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

HASIL UJI RELIABILITAS *EXPECTED* DAN *PERCEIVED DINESCAPE*

No	Variabel	Ca hitung	Ca minimal	Kesimpulan
1	<i>Dinescape (Expected)</i>	0,933	0,700	Reliabel
2	<i>Dinescape (Perceived)</i>	0,881	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2014

3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif dan Verifikatif

Analisis deskriptif yaitu analisis data dengan cara menggambarkan data yang terkumpul dari jawaban responden atas item-item dalam kuesioner. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sanusi (2012, hlm. 59) skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dalam hal ini, responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan. Skala likert lazim menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi tengah (ketiga). Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, serta verifikatif antara lain:

1. Analisis data deskriptif dan verifikatif tentang *dinescape* yang diharapkan dan diterima di Maja House yang memiliki dimensi yang terdiri dari *facility aesthetic, lighting, ambience, layout, service product*, dan *social factor*.
2. Analisis data deskriptif dan verifikatif mengenai kepuasan konsumen

3.2.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda menurut Sanusi (2012, hlm. 135) merupakan perluasan dari regresi linear sederhana yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Regresi linear berganda harus memenuhi asumsi-asumsi yang ditetapkan agar menghasilkan nilai-nilai koefisien sebagai penduga yang tidak bias. Adapun asumsi-asumsi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Variabel tak bebas dan variabel bebas memiliki hubungan linear atau hubungan berupa garis lurus
2. Variabel tak bebas haruslah bersifat kontinu atau setidaknya berskala interval.
3. Keragaman dari selisish nilai pengamatan dan pendugaan harus sama untuk semua nilai pendugaan Y . jadi, $(Y - Y')$ kira-kira harus sama untuk semua nilai Y' . apabila kondisi ini tidak terpenuhi maka disebut *heteroskedastisitas* dan residu yang dihitung dari $(Y - Y')$ harus menyebar normal dengan rata-rata nol.
4. Pengamatan-pengamatan variabel tak bebas berikutnya harus tidak berkorelasi. Pelanggaran asumsi ini disebut *autokorelasi* yang biasanya terjadi pada data *time series* (runtun waktu).
5. Tidak adanya korelasi yang sempurna antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Apabila asumsi ini dilanggar disebut multikolinearitas.

Pelanggaran asumsi-asumsi tersebut (heteroskedastisitas, autokorelasi, dan multikolinearitas) untuk persamaan regresi linear berganda perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi gejala-gejala tersebut seperti yang dikutip dari (dawaisimfoni.wordpress.com) diuraikan sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas.

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Multikolinieritas terjadi jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih besar dari 0,60 (pendapat lain: 0,50 dan 0,90). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ($r < 0,60$). Dengan cara lain untuk menentukan multikolinieritas, yaitu dengan:

1. Nilai *tolerance* adalah besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik .
2. Nilai *variance inflation factor* (VIF) adalah faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat.

Nilai *tolerance* (a) dan *variance inflation factor* (VIF) dapat dicari dengan ketentuan sebagai berikut:

~ Variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas jika a hitung $> a$ dan VIF hitung $< VIF$.

Berikut langkah prosesnya:

1. Klik menu *analyze*.
2. Pilih submenu *regression*, klik *linier*.
3. Box *dependent*: variabel terikat (Y)
4. Box *independent*: variabel bebas (X)
5. Klik method, pilih *enter*
6. Klik tombol *statistic*, akan muncul *linier regression statistic*: nonaktifkan *estimates* dan *model fit*, aktifkan: *covariance matrix* dan *collinieritas diagnostics*.
7. Klik *continue*
8. Klik OK.

b. Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas.

Dalam persamaan regresi berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lainnya. Jika residual mempunyai varians yang sama, disebut homoskedastisitas. dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteoskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Analisis uji asumsi heteroskedastisitas hasil output SPSS melalui grafik *scatterplot* antara *Z prediction* (ZPRED) untuk variabel bebas (sumbu X=Y hasil prediksi) dan nilai residualnya (SRESID) merupakan variabel terikat (sumbu Y=Y prediksi – Y rill). Homoskedastisitas terjadi jika titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar di bawah ataupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang tertentu. Heteroskedastisitas terjadi jika pada *scatterplot* titik-titiknya

mempunyai pola yang teratur, baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang.

Berikut langkah prosesnya:

1. Klik menu *analyze*.
2. Pilih submenu *regression*, klik *linier*.
3. Box *dependent*: variabel terikat (Y)
4. Box *independent*: variabel bebas (X,...)
5. Klik *plots*, muncul *linier regression plot* dan isikan: variabel SRESID di sumbu Y dan variabel ZPRED di sumbu X.
6. Klik *continue*.
7. Klik *OK*.

c. Uji Asumsi Klasik Normalitas.

Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik.

d. Uji Asumsi Klasik Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW), dengan ketentuan sebagai berikut:

- (a). Terjadi autokorelasi positif jika DW di bawah -2 ($DW < -2$).
- (b). Tidak terjadi autokorelasi jika DW berada di antara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$.

Berikut langkah prosesnya:

1. Klik menu *analyze*.
2. Pilih submenu *regression*, klik *linier*.
3. Box *dependent*: variabel terikat (Y)
4. Box *independent*: variabel bebas (X)

5. Pada *case labels* isikan periode waktunya.
6. Klik tombol *statistic*.
7. Aktifkan *durbin-Watson*.
8. Klik *continue*.
9. Klik OK.

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 277) regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikansi koefisien regresi linear berganda secara parsial yang sekait dengan pernyataan hipotesis penelitian. Model yang dibangun dari hasil perhitungan koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas termasuk konstantanya (Sanusi, 2012, hlm. 144).

Berikut persamaan matematika:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6$ = Koefisien regresi

$X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ = sub variabel *dinescape* (persepsi)

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan menurut Sanusi (2012, hlm. 145) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $Pr \geq \alpha = 0,05$; maka H_0 diterima
2. Jika $Pr < \alpha = 0,05$; maka H_0 ditolak

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis di atas, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. $Pr \geq 0,05$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *dinescape* (X) yang terdiri dari *facility aesthetic* (X_1), *lighting* (X_2), *ambience* (X_3), *layout* (X_4), *service product* (X_5), dan *social factor* (X_6) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Maja House Restaurant.
2. $Pr < 0,05$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *dinescape* (X) yang terdiri dari *facility aesthetic* (X_1), *lighting* (X_2), *ambience* (X_3), *layout* (X_4), *service product* (X_5), dan *social factor* (X_6) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Maja House Restaurant.